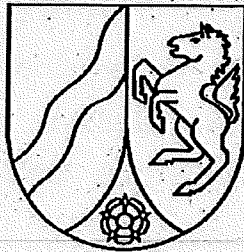




Vollstreckbare Ausfertigung



Verl.	Frist not.	RO	KR/ RIA	Mit.
RA	EINGEGANGEN			Kont. nisi.
SB	13. Feb. 2008			Rück. spr.
Rück. spr.	Gentz und Partner			Zus. lung
zUA	EB	828-07		Stef. lung

OBERLANDESGERICHT HAMM

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

4 U 159/07 OLG Hamm

13 O 42/07 LG Bielefeld

Verkündet am 17. Januar 2008.

Decker, Justizbeschäftigte
als Urkundsbeamter der Geschäfts-
stelle des Oberlandesgerichts

In dem Rechtsstreit

der Deutsche Umwelthilfe e.V., vertreten durch die Bundesgeschäftsführer Jürgen
Resch und Rainer Baake, Fritz-Reichle-Ring 4, 78315 Radolfzell,

Kläger und Berufungskläger,

- Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte Gentz und Partner, Märkisches Ufer 34,
10179 Berlin -

g e g e n

Beklagte und Berufungsbeklagte,

- Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte Streitbürger . Speckmann,
Adenauerplatz 4, 33602 Bielefeld -

hat der 4. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Hamm auf die mündliche Verhandlung vom 17. Januar 2008 durch den Vorsitzenden Richter am Oberlandesgericht Knippenkötter und die Richter am Oberlandesgericht Filla und Dr. Kentgens

für **R e c h t** erkannt

Auf die Berufung des Klägers wird unter Zurückweisung des Rechtsmittels im Übrigen das am 3. September 2007 verkündete Urteil der IV. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bielefeld teilweise abgeändert.

Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs für neue Personenkraftwagen in Zeitungen oder Zeitschriften zu werben, ohne dabei sicherzustellen, dass in den Werbeschriften die Angaben über den Kraftstoffverbrauch und die CO²-Emissionen im Sinne des § 5 Abs. 1 Pkw-EnVKV auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich, gut lesbar und nicht weniger hervorgehoben sind als der Hauptteil der Werbebotschaft, wie geschehen in der Anzeige der Neuen Westfälischen vom 10/11. März 2007 (Anlage B1).

Die Beklagte wird ferner verurteilt, an den Kläger 214,00 EUR nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 14. Juni 2007 zu zahlen.

Die weitergehende Klage bleibt abgewiesen.

Die Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Der Beklagten wird nachgelassen, die Zwangsvollstreckung des Klägers durch Sicherheitsleistung in Höhe von 45.000 EUR abzuwenden, falls nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in dieser Höhe leistet.

Gründe:

I.

Der Kläger bezweckt nach seiner Satzung unter anderem, die aufklärende Verbraucherberatung sowie den Umweltschutz in der Bundesrepublik Deutschland zu fördern. Er ist seit Oktober 2004 in die Liste der nach § 4 UKlaG besonders qualifizierten Einrichtungen eingetragen.

Die Beklagte betreibt zwei Autohäuser in Bielefeld und jeweils ein Autohaus in Gütersloh und Detmold. Sie veröffentlichte am 10. und 11. März 2007 in der Zeitung „Neue Westfälische“ eine ganzseitige Annonce, mit der sie den Ratenkauf eines Ford-Focus bewarb und dabei das Fahrzeug und ihre neue Ford-Flatrate vorstellte (Anlage B 1). Im Hauptteil der Werbeanzeige wurde mit dem größten Schrifttyp, der in der Anzeige verwendet wurde, unter dem Foto des Fahrzeugs mit entsprechenden Erläuterungen herausgestellt: „Focus-Flat monatlich nur 189,- €*“. Der Sternchenhinweis wurde am unteren Rand der Anzeige in der kleinsten Schrift aufgelöst. In der Auflösung wurden zunächst Einzelheiten der Finanzierung mitgeteilt. In der vierten

und letzten Zeile dieser Rubrik sind Angaben zum Kraftstoffverbrauch und zu den CO²-Emissionen enthalten.

Der Kläger hat in dieser Werbeanzeige und den nach seiner Meinung versteckten Angaben zum Kraftstoffverbrauch und zu den CO²-Emissionen einen Verstoß gegen § 5 Abs. 1 der Verordnung über Verbraucherinformationen zu Kraftstoffverbrauch und CO²-Emissionen (Pkw-EnVKV) gesehen. Er hat die Beklagte mit Schreiben vom 20. März 2007 abgemahnt und beanstandet, die Angaben könnten bei flüchtigem Lesen nicht leicht verständlich und gut lesbar wahrgenommen werden und seien vor allem deutlich weniger hervorgehoben als der Hauptteil der Werbebotschaft. Der Kläger hat die Beklagte ferner unter Fristsetzung zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung aufgefordert und ihr pauschalierte Kosten in Höhe von 214,- € in Rechnung gestellt. Nach fruchtlosem Verstreichen der Frist hat er die Beklagte durch seine jetzigen Prozessbevollmächtigten letztmalig und erneut erfolglos aufgefordert, eine leicht abgewandelte Unterlassungserklärung innerhalb einer weiteren Frist abzugeben. Die Beklagte sollte sich nunmehr auch zusätzlich verpflichten, dem Kläger die angefallenen Anwaltskosten nach einem Streitwert von 30.000,- € zu erstatten.

Der Kläger hat gemeint, der Verstoß gegen die genannte Verbraucherschützende Verordnung stelle zugleich einen Verstoß gegen § 4 Nr. 11 UWG dar und sei auch geeignet, den Wettbewerb zu Lasten der Verbraucher nicht nur unwesentlich zu beeinträchtigen. Er hat sich für klagebefugt nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG gehalten und bestritten, dass er flächendeckend Autohändler abgemahnt habe.

Mit der Klage hat der Kläger von der Beklagten neben der Erstattung seiner pauschalen Unkosten und der Rechtsverfolgungskosten in der Gesamthöhe von 1.521,81 € verlangt, es unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs für neue Personenkraftwagen in Zeitungen oder Zeitschriften zu werben, ohne dabei sicherzustellen, dass in den Werbeschriften die Angaben über den Kraftstoffverbrauch und die CO²-Emissio-

nen im Sinne des § 5 Abs. 1 Pkw-EnVKV auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich, gut lesbar und nicht weniger hervorgehoben sind als der Hauptteil der Werbebotschaft.

Die Beklagte hat sich gegen die Klage verteidigt. Sie hat das Vorgehen des Klägers schon für rechtsmissbräuchlich im Sinne des § 8 Abs. 4 UWG gehalten, weil der Kläger in der Verordnung zu Unrecht eine zusätzliche Einnahmequelle sehe und deshalb „flächendeckend“ Autohändler abgemahnt habe. Sie hat sich auf ein Schreiben der Fiat Automobil AG vom 28. März 2007 bezogen, in dem diese vor der Abmahnwelle des Klägers warne. In ähnlicher Weise habe auch der Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e.V. gewarnt. Die Beklagte hat gemeint, für ein missbräuchliches Verhalten spreche auch die Tatsache, dass der Kläger die von ihm selbst bereits ausgesprochene Abmahnung nach einer ausdrücklichen Ablehnung des Unterlassungsanspruches noch einmal durch einen Rechtsanwalt habe wiederholen lassen. Insoweit könne es ihm nur darum gegangen sein, zusätzliche Kosten zu produzieren, die ohnehin nicht erstattet verlangt werden könnten, da sie nicht notwendig seien. Sie hat auch gemeint, die erforderlichen Angaben seien klar und verständlich und auch gut lesbar. Sie habe durch den Sternchenhinweis im Hauptteil der Werbung, der unmittelbar zu den erforderlichen Angaben weiterleite, die Anforderungen des § 5 Abs. 1 Pkw-EnVKV i.V. m. Abschnitt I Nr. 2 der Anlage 4 vollständig erfüllt. Selbst wenn aber ein Verstoß gegeben sein sollte, handele es sich um einen Bagatelldfall, der die Schwelle des § 3 UWG nicht überschreite. Sie habe insoweit auch nichts zu verbergen gehabt. Gerade die Angaben über die CO²-Emissionen seien sogar ein Kaufargument für einen Ford.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Zur Begründung hat es ausgeführt, dem klagebefugten Kläger, dem auch kein rechtsmissbräuchliches Abmahnverhalten vorzuwerfen sei, stehe der geltend gemachte wettbewerbsrechtliche Unterlassungsanspruch in der Sache nicht zu. Die Kammer sei entgegen der im Verhandlungstermin vom 26. Juli 2007 geäußerten Auffassung nunmehr der Ansicht, die Werbeanzeige widerspreche nicht den Vorgaben der entsprechenden Verordnung. Zwar seien die Angaben zum Kraftstoffverbrauch und zu den CO²-Emissionen ihrem Schriftbild nach deutlich weniger hervorgehoben als die Angaben im Hauptteil der

Werbepotschaft. Den Anforderungen der Verordnung sei aber durch den Sternchenhinweis Genüge getan worden, der drucktechnisch hervorgehoben sei. Auch wenn der Sternchenhinweis beim Verbraucher eher die Vorstellung erwecke, er erhalte erläuternde Hinweise zu der angegebenen Leasingrate, sei denkbar, dass der Verbraucher den Text vollständig lese und dabei auch die erforderlichen Angaben zur Kenntnis nehme.

Der Kläger greift das Urteil mit der Berufung an. Er verfolgt seinen zuletzt geänderten Antrag in vollem Umfang weiter. Er rügt zunächst mit näheren Ausführungen, dass ein Verstoß gegen § 139 Abs. 2 ZPO und eine Überraschungsentscheidung vorgelegen habe, weil der Vorsitzende in beiden Verhandlungen die Auffassung vertreten habe, es liege ein Verstoß gegen die Pkw-EnVKV vor und es sei auch kein Bagatellfall gegeben. Ohne einen Hinweis hätte das Gericht von dieser Einschätzung der Rechtslage nicht abweichen dürfen. Wäre der Hinweis gegeben worden, hätte der Kläger nochmals zu Sinn und Zweck der Verordnung vorgetragen und das Landgericht überzeugen können. Die geänderte Rechtsauffassung des Landgerichts sei nämlich unzutreffend. Ein Verstoß gegen § 5 Abs. 1 Pkw-EnVKV sei hier schon deswegen gegeben, weil die Pflichtangaben zu Kraftstoffverbrauch und CO²-Emissionen eindeutig weniger hervorgehoben seien als der Hauptteil der Werbepotschaft. Nach Sinn und Zweck der Verordnung solle der potentielle Leser mit den Pflichtangaben konfrontiert werden, um die Folgekosten einer Anschaffung eines solchen Fahrzeuges in seine Überlegungen einbeziehen zu können. Die Angaben sollten deshalb wie andere Angaben der Anzeige am „Blickfang“ teilnehmen. Der Verbraucher solle nicht erst umständlich danach suchen müssen. Hier seien die Angaben gerade nicht Teil des „Blickfangs“. Es sei vielmehr eine Frage des Zufalls, ob der Verbraucher davon Kenntnis nehme. Daran ändere auch der Sternchenhinweis nichts. Schließlich meint der Kläger auch, es handele sich hier nicht lediglich um einen Bagatellfall. Insbesondere erscheine der Verstoß auch unter Berücksichtigung der Richtlinie 2005/29/EG als wesentlich, weil ein Verstoß gegen im Gemeinschaftsrecht festgelegte Informationsanforderungen in Bezug auf kommerzielle Kommunikation gemäß Art. 7 Abs. 5 immer als wesentlich gelte. Der Kläger verweist insoweit auf die Richtlinie 1999/94/EG, deren Anforderungen an die Verbraucherinformationen über den Kraft-

stoffverbrauch und die CO²-Emissionen der deutsche Verordnungsgeber übernommen habe.

Der Kläger beantragt,

das angefochtene Urteil abzuändern und die Beklagte nach den zuletzt gestellten Anträgen zu verurteilen, mit der Maßgabe, dass es am Ende des Antrages zu 1) heißt: „wie geschehen in der Anzeige der Neuen Westfälischen vom 10/11. März 2007 (Anlage B 1)“.

Die Beklagte beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Sie wendet sich zunächst dagegen, dass eine Überraschungsentscheidung ergangen sei. Bereits im ersten Termin sei kontrovers erörtert worden, ob ein Bagatelverstoß vorliegen könnte, was sich auch in den Schriftsätzen widerspiegele. Die Beklagte weist sodann darauf hin, dass das Begehren des Klägers bereits nicht hinreichend bestimmt sei. Der Kläger nehme in keiner Weise die konkret gerügte Zeitungswerbung in Bezug. Er wiederhole vielmehr nur den Text der Anlage 4 zu § 5 Pkw-EnVKV aus Abschnitt I Nr. 2. Diese Regelung sei aber aus sich heraus nicht konkret und eindeutig genug gefasst, um dem Bestimmtheitserfordernis des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO zu genügen. Die Begriffe „flüchtiges Lesen“, „leicht verständlich“ oder „weniger hervorgehoben als der Hauptteil der Werbebotschaft“ seien sämtlich auslegungsbedürftig. Die Beklagte hält das Vorgehen des Klägers auch weiterhin für rechtsmissbräuchlich im Sinne des § 8 Abs. 4 UWG. Das Vorgehen des Klägers mache hier deutlich, dass es ihm insbesondere um die Kostenbelastung der Beklagten gegangen sei. Die nochmalige Abmahnung nach dem Ausspruch einer Gegenabmahnung könne nur so erklärt werden, dass der Kläger entweder nicht über die erforderlichen personellen, sachlichen und finanziellen Mittel zur Verfolgung seiner Aufgaben verfüge oder in beanstandenswerter Weise darauf abziele, potentielle Schuldner mit erheblichen Kosten zu belasten, zumal mit 30.000 € auch noch ein überhöhter Streitwert in Ansatz gebracht worden sei. Mit dem Landgericht meint die

Beklagte, dass kein Wettbewerbsverstoß vorgelegen habe, weil es an einem Verstoß gegen § 5 Pkw-EnVKV in Verbindung mit Anlage 4 Abs. 1 Nr. 2 fehle. Sie stellt zunächst im Hinblick auf die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken in Frage, ob noch Raum zur Anwendung des § 4 Nr. 11 UWG verbleibt, zumal anderweitige Sanktionsmöglichkeiten bestünden. Sie weist darauf hin, dass die Pflichtangaben in der Werbung enthalten seien. Die Angaben seien in der gleichen Schriftgröße gehalten wie die Angaben zu den Finanzierungsbedingungen und dabei leicht verständlich und problemlos lesbar. Sie seien auch nicht weniger hervorgehoben als der „Hauptteil der Werbebotschaft“. Das Publikum sei gerade bei Leasingangeboten an Hinweise gewöhnt, die den effektiven Jahreszins und sonstige Details enthielten. Der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher, auf den es auch hier ankomme, überlese die Pflichtangaben nicht. Schließlich vertritt die Beklagte auch die Ansicht, es liege kein wesentlicher Verstoß gegen § 3 UWG vor. Die Anzeige sei nur in einer regionalen Tageszeitung erschienen. Die Pflichtangaben seien gemacht worden. Im Rahmen einer richtlinienkonformen Auslegung der Bagatellklausel des § 3 UWG sei angesichts von Art. 5 Abs. 2 lit. b der Richtlinie 2005/29/EG darauf abzustellen, ob die Wettbewerbshandlung geeignet sei, das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers wesentlich zu beeinflussen. Eine wesentliche Beeinflussung sei die Anwendung einer Geschäftspraxis, um die Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte Entscheidung zu treffen, spürbar zu beeinträchtigen und damit den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Nur die in Anhang I der UPG-Richtlinie aufgelisteten Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen als unlauter gelten, seien stets als erheblich anzusehen. Zu diesen gehöre die streitgegenständliche Wettbewerbshandlung aber gerade nicht. Die Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte Entscheidung zu treffen, werde aber durch die hiesigen Angaben in kleiner Schriftgröße in der Auflösung des Sternchenhinweises jedenfalls nicht in spürbarer Weise beeinträchtigt. Denn der Erwerb oder das Leasing eines Fahrzeuges sei eine Entscheidung, die erst nach reiflicher Überlegung und Prüfung aller in Betracht kommender Angebote erfolge. Ein Erstattungsanspruch im Hinblick auf die Abmahnkosten scheitere schon daran, dass die Abmahnung nicht berechtigt gewesen sei. Selbst wenn man aber von einer berechtigten Abmahnung ausgehe, sei der Anspruch nicht in Höhe von 1.521,81 € gegeben. Die

Beauftragung der Prozessbevollmächtigten mit der zweiten Abmahnung sei überflüssig gewesen, weil der Kläger als qualifizierte Einrichtung selbst in der Lage sein müsse, solche Verstöße abzumahnern. Vorsorglich macht die Beklagte noch geltend, dass der in Ansatz gebrachte Gegenstandswert übersetzt sei. Sie bestreitet, dass der Kläger die Kosten für die Abmahnung gezahlt habe. Schließlich stellt die Beklagte auch noch die Höhe der Abmahnpauschale zur Überprüfung und bestreitet, dass die aufgelisteten Kosten angefallen seien. Den Zinsanspruch bestreitet die Beklagte nach Grund und Höhe.

II.

Die Berufung des Klägers ist im Wesentlichen begründet, weil der gerügte Gesetzesverstoß der Beklagten vorliegt und den Wettbewerb zum Nachteil der Verbraucher und Mitbewerber im Sinne des § 3 UWG auch nicht nur unwesentlich beeinträchtigt. Die Berufung hat nur insoweit keinen Erfolg, als der Kläger mehr als 214 EUR nebst Zinsen als Abmahnkosten geltend macht.

1) Der Antrag ist jedenfalls nach der erfolgten Einbeziehung der konkreten Verletzungshandlung bestimmt genug im Sinne des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO. Dadurch wird ungeachtet der verwendeten Begriffe „auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich“, „gut lesbar“ und insbesondere „nicht weniger hervorgehoben als der Hauptteil der Werbebotschaft“ deutlich genug gemacht, auf welche Art von Werbung sich das Verbot beziehen soll.

2) Der Kläger ist nicht wegen Rechtsmissbrauchs im Sinne von § 8 Abs. 4 UWG an der Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs im Klagewege gehindert. Die von dritter Seite, nämlich der Firma Fiat angesprochene Abmahnwelle deutet allein für sich nicht in ausreichender Weise darauf hin, dass sich der Kläger bei den Abmahnungen der einzelnen Vertragshändler von sachfremden Interessen und Zielen hat

leiten lassen. Der Kläger will vielmehr ersichtlich gerade im Rahmen seiner satzungsgemäßen Aufgaben dagegen vorgehen, dass der Sinn und Zweck der Verordnung durch das KfZ-Handelsgewerbe dadurch umgangen wird, dass die Pflichtangaben erfolgen, aber irgendwo ganz am Rande oder versteckt. Wenn dabei viele Händler in gleicher Weise gegen die Verordnung verstoßen haben sollten, blieb es ihm auch unbenommen, sie sämtlich abzumahnern. Die Doppelabmahnung ist auch kein ausreichendes Indiz für ein solches Kostenbelastungsinteresse des Klägers, dass seine eigentliche Zielsetzung dahinter zurücktreten könnte. Das gilt umso mehr, als die Einschaltung der Anwälte zum Zwecke der weiteren Abmahnung nicht mehr notwendig war und der Kläger deshalb damit rechnen musste, dass ihm diese Kosten nicht erstattet würden.

3) Dem Kläger steht als qualifizierte Einrichtung im Sinne des § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG ein Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1, 3, 4 Nr. 11 UWG in Verbindung mit der Anlage 4 Abs. 1 Nr. 2 zu § 5 Pkw-EnVKV gegen die Beklagte zu, weil diese eine unlautere Wettbewerbshandlung begangen hat, die den Wettbewerb im Interesse der Marktteilnehmer auch nicht nur unwesentlich beeinträchtigt hat.

a) Die Anzeigenwerbung der Beklagten für den Ford Focus stellt unzweifelhaft eine Wettbewerbshandlung dar.

b) Diese Wettbewerbshandlung ist unlauter, weil mit ihr ein Verstoß gegen § 4 Nr. 11 UWG verbunden ist. Gegen diese Vorschrift verstößt, wer einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer, insbesondere auch der Verbraucher, das Marktverhalten zu regeln. Zu solchen marktbezogenen Regelungen gehört nach ihrer verbraucherschützenden Zielsetzung auch die Pkw-EnVKV mit der hier entscheidenden Informationspflicht (vgl. OLG Oldenburg WRP 2007, 96; OLG Köln, Urteil vom 14. Februar 2007 – 6 U 217/06 – Anlage A 1).

c) Die Beklagte hat mit ihrer Werbung gegen § 5 Pkw-EnVKV in Verbindung mit der Anlage 4 Abschnitt I Nr. 2 verstoßen. Im Gegensatz zu den vom Kläger vorgelegten Entscheidungen anderer Obergerichte ist der nach der Verordnung gebotene Hinweis über den Kraftstoffverbrauch und die CO²-Emissionen hier erfolgt. In der letzten Zeile der Sternchenauflösung ist der Kraftstoffverbrauch in Liter pro 100 km mit 6,6 (kombiniert), 8,7 (innerorts) und 5,4 (außerorts) angegeben und auch die CO²-Emissionen sind mit 157 g/km kombiniert mitgeteilt worden. Die Verordnung regelt aber nicht nur, dass die Angaben überhaupt erfolgen müssen, sondern nach Nr. 2 des Abschnitts I der Anlage 4 zu § 5 der Verordnung müssen die Angaben auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich, gut lesbar und nicht weniger hervorgehoben sein als der Hauptteil der Werbebotschaft. Das ist bei der hier streitgegenständlichen Werbung unzweifelhaft nicht der Fall. Man kann schon zweifeln, ob die Angaben bei einem flüchtigen Lesen „gut“ lesbar sind. Beim flüchtigen Studium der Anzeige kann man über sie auch sehr leicht hinweglesen. Insoweit könnte man aber noch geteilter Meinung sein. Unzweifelhaft ist aber, dass die Angaben hier ganz erheblich weniger hervorgehoben sind als der Hauptteil der Werbebotschaft. Unter dem Hauptteil der Werbebotschaft sind hier der obere Teil der Anzeige mit den Aufhängern und der Darstellung des Fahrzeuges sowie die mit Haken versehenen Vorteile des Angebots zu verstehen. Die in diesem Bereich der Anzeige getätigten Werbeaussagen sind durch eine auffällig große Schrift und die Darstellung in roter Farbe hervorgehoben. Selbst die kleiner geschriebenen Einzelheiten sind noch sehr gut lesbar aufgrund der Schriftgröße der einzelnen Aussagen wie „1,4 l Benziner 59 kW (80 PS)“ und deren Stellung im Gesamtgefüge. Damit sind die Pflichtangaben der Verordnung nicht zu vergleichen. Sie sind überhaupt nicht hervorgehoben, sondern gleichsam in die hinterste Ecke der Anzeige abgeschoben. Außerdem sind sie in einem so kleinen Schriftbild geschrieben, wie man es im Hauptteil der Werbebotschaft nicht findet. Wenn es einen Schulfall gibt, der erläutern soll, wann die Pflichtangaben weniger hervorgehoben sind als der Hauptteil der Werbebotschaft, so ist das dieser Fall. Daran kann auch der Sternchenhinweis nichts ändern. Dieser Hinweis dient ersichtlich der Erläuterung der im Hauptteil enthaltenen Botschaft, dass die „Focus-Flat monatlich nur 189,- €“ beträgt und insbesondere der Erläuterung der beworbenen günstigen Monatsrate. Wer sich über die Leasingrate nicht näher informieren will,

liest den Hinweis gar nicht. Die Tatsache, dass der angesprochene Verbraucher zufällig auf die Pflichtangaben stoßen könnte, wie das Landgericht meint, reicht nach dem Zweck des Gesetzes gerade nicht aus. Der Verbraucher soll eindeutig, klar und gleichrangig mit anderen Details über den Verbrauch des Fahrzeuges und dessen Emissionen informiert werden, um beim Kauf des neuen Fahrzeuges diese Gesichtspunkte von Anfang an in seine Kaufentscheidung mit einbeziehen zu können. Dem genügt eine Information gerade nicht, bei der es dem Zufall überlassen bleibt, ob der Käufer davon Kenntnis nimmt oder nicht.

d) Der hier vorliegende Verstoß ist auch geeignet, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber und Verbraucher im Sinne des § 3 UWG nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen. Auch wenn nunmehr die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken zu berücksichtigen ist, bleibt es in der Regel eine Frage des Einzelfalls, ob die Bagatellklausel greift. Im Hinblick darauf soll es nach § 3 Abs. 2 Satz 2 des Referentenentwurfs zum neuen UWG zwar darauf ankommen, ob die Wettbewerbshandlungen geeignet sind, das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers wesentlich zu beeinflussen. Das ist aber zu bejahen, wenn einer Verordnung, die neben der Umwelt insbesondere auch die Verbraucher schützen soll, in der hier geschehenen Weise zuwider gehandelt wird. Nach Artikel 7 Abs. 5 der genannten Richtlinie werden als wesentlich alle Informationen eingestuft, die das Gemeinschaftsrecht in Bezug auf die kommerzielle Kommunikation vorsieht. Zu solchen Informationen gehören gerade auch die Pflichtangaben in der Richtlinie 1999/94/EG, die durch die Pkw-EnVKV umgesetzt wird. Diese regelt auch das Werbeverhalten von Herstellern und Händlern beim Absatz von Neufahrzeugen und hält insoweit eine ganz bestimmte und qualifizierte Art der Information über den Verbrauch und die CO²-Emissionen für erforderlich. Nicht entscheidend ist insofern, dass diese Richtlinie in der Liste des Anhangs II zu Artikel 7 Abs. 5 nicht ausdrücklich aufgeführt ist. Denn es ist in der Vorschrift ausdrücklich klargestellt, dass die Liste nicht erschöpfend ist. Dem steht nicht entgegen, dass nach Vorbemerkung 11 dieser Richtlinie Werbematerial, das beim Inverkehrbringen neuer Personenkraftwagen genutzt wird, die Verbrauchswerte und die Werte der CO²-Emissionen des betreffenden Personenkraftwagenmodells angeben „sollte“. Die Umsetzung dieser

Empfehlung in der Pkw-EnVKV durch die hier streitgegenständlichen Pflichtangaben zeigt, dass es insoweit um Informationen geht, die auch europarechtlich als wesentlich angesehen werden. Ein erheblicher Verstoß liegt dann aber nicht nur dann vor, wenn die Pflichtangaben völlig unterbleiben, sondern auch, wenn sie so unzureichend vorgenommen werden, dass der Gesetzeszweck durch die entsprechende Angabe nicht mehr erreicht werden kann. Dem steht nicht entgegen, dass der Senat bei bestimmten Verstößen gegen die Preisklarheit einen nur formalen Verstoß angenommen hat. Der Verordnungsgeber der Pkw-EnVKV bezweckt etwas anderes als der Verordnungsgeber der PAngVO. Es ist klar, dass sich der Kunde von sich aus immer für den Preis interessiert; deshalb soll im Hinblick auf diesen wichtigen Entscheidungsfaktor die gebotene Preistransparenz hergestellt werden, um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen. Dem Käufer eines neuen Kraftfahrzeugs sollen dagegen der Verbrauch und die CO²-Emissionen, die sehr unterschiedlich ausfallen können, **deutlich** vor Augen geführt werden. Der Verordnungsgeber hat in einer Anlage ausdrücklich geregelt, wie der Hinweis zu erfolgen hat, um diesem Gesetzeszweck zu genügen. Der Verbraucher soll gleichsam angehalten werden, sich in seinem Interesse bei der Kaufentscheidung auch mit der Umweltverträglichkeit auseinander zu setzen. Kern der Vorschrift, gegen die die Beklagte verstoßen hat, ist somit nicht nur, dass die geforderten Pflichtangaben gemacht, sondern dass sie besonders deutlich gemacht werden. Ein Verstoß gegen den Kern einer solcher Schutzvorschrift kann schwerlich eine Bagatelle sein. Es kommt noch hinzu, dass solche Verstöße gegen den Kern einer Verbraucherschutzbestimmung auch generell geeignet sind, in ihrer Gesamtheit den betreffenden Händlern einen Wettbewerbsvorsprung vor den gesetzestreuen Mitbewerbern zu verschaffen, die so deutlich informieren. Das Verhalten der Beklagten kann zudem einen Anreiz bieten, das dem Gesetzeszweck entgegenstehende Verhalten nachzuahmen. Auch wenn es sich nur um eine einzelne Werbemaßnahme an zwei Tagen gehandelt hat, sind schließlich auch keine Anhaltspunkte dafür ersichtlich, dass es sich um einen versehentlich geschehenen Ausreißer als Folge der Unkenntnis einer neuen gesetzlichen Vorschrift gehandelt haben mag. Dem steht insbesondere auch das Verhalten der Beklagten nach der Abmahnung durch den Kläger entgegen.

4) Der Zahlungsantrag ist nur in Höhe von 214,00 € nebst Zinsen in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit, also dem 14. Juni 2007 begründet.

a) Der Kläger kann nach § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG nämlich dem Grunde nach nur die ihm in Zusammenhang mit seiner berechtigten Abmahnung entstandenen erforderlichen Auslagen ersetzt verlangen. Diese Abmahnung hat ihren nach § 12 Abs. 1 Satz 1 UWG vorgesehenen Zweck erfüllt. Nachdem die Beklagte eindeutig erklärt hatte, dass sie nicht bereit sei, den Streit durch Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung beizulegen, war es nicht erforderlich, diese noch einmal durch die Anwälte abmahnen zu lassen. Der Kläger hätte den Anwälten vielmehr unmittelbar den Klageauftrag erteilen können und müssen. Die für die anwaltliche Abmahnung entstandenen Gebühren sind deshalb nicht erstattungsfähig. Wenn es der Kläger wegen der Vielzahl der Abmahnungen zur Verringerung seines eigenen Kostenrisikos vorzog, noch einen solchen Versuch der Vermeidung eines Rechtsstreits zu starten, tat er dies auf sein eigenes Kostenrisiko.

b) Der Senat schätzt die Höhe der pauschalen Auslagen des Klägers im Hinblick auf dessen mit der Anlage K 6 überreichte Kostenstruktur auf 200 € netto (§ 287 ZPO). Diese Auslagen liegen bei einem Verein wie dem Kläger im Rahmen des Üblichen und es ist auch nicht ersichtlich, dass die vorgelegten Zahlen nicht zutreffend sein könnten. Der Zinsanspruch ist nach § 288 Abs. 1 BGB allerdings nur in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz und nach § 291 BGB erst ab Rechtshängigkeit begründet, da die Beklagte mit der Zahlung nicht in Verzug geraten ist. Es ist hier keine wirksame Fristsetzung erfolgt, die eine Mahnung ersetzen könnte.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 92 Abs. 2 Nr. 1 ZPO.

